

Abstrak

Pada masa ini, Youtube, merupakan salah satu sosial media yang memberi dampak besar kepada banyak orang. Fenomena ini mengarah kepada peluang kerja baru yaitu Youtube Broadcaster atau lebih sering dikenal sebagai Youtuber. Beauty Guru atau Beauty Influencer merupakan sebutan untuk Youtuber yang menggeluti bidang makeup dan kecantikan. Beauty Influencer pada umumnya merupakan wanita tetapi bermunculan Beauty Influencer laki-laki yang tidak kalah bagus dan populer dari Beauty Influencer perempuan. Dengan menggunakan pilihan penggunaan kata pada masing-masing Beauty Influencer, penelitian ini akan mengungkapkan persamaan dan perbedaan kata leksikal dan kategori semantik pada Beauty Influencer laki-laki dan perempuan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan analisis interpretif, terhadap dua Beauty Influencer laki-laki, yaitu James Charles dan lookingforlewys, serta dua Beauty Influencer perempuan, yaitu Nikkie Tutorials dan LauraLee, dengan tema video tantangan makeup tanpa kuas. Teori yang digunakan adalah teori kata leksikal dari Biber, et al. (2007) dan teori gender dari Lakoff (1975). Ditemukan bahwa, Beauty Influencer laki-laki memproduksi kata lebih banyak daripada perempuan, tetapi perempuan memiliki kemampuan dalam memproduksi kata yang lebih bervariasi dibanding Beauty Influencer laki-laki. Selain itu masing-masing Beauty Influencer cenderung menggunakan kata-kata yang digunakan oleh perempuan. Selain itu, dalam percakapan Beauty Influencer perempuan lebih condong untuk menyampaikan informasi dan menggunakan banyak ekspresi. Sementara Beauty Influencer laki-laki lebih condong untuk melakukan aksi atau kegiatan.

Kata kunci: *Beauty Influencer, gender, kata leksikal, kategori semantik, pilihan kata, Youtube*

Abstract

In this era, Youtube is one of the social media that gives big impact to people. The phenomenon leads to a new job opportunity based on each person's interests, known as Youtube Broadcaster or Youtuber. Beauty Guru or Beauty Influencer is a Youtuber who focuses on broadcasting makeup and beauty. Usually Beauty Influencers are female, but apparently there are also male Beauty Influencers who are as popular and as good as the female. This study analysed the lexical choice of male and female Beauty Influencers and revealed the similarities and differences of their lexical words, and semantic categories. Using qualitative method, and interpretive analysis, there are two male Beauty Influencers, James Charles dan lookingforlewys, and two female Beauty Influencers, Nikkie Tutorials dan LauraLee with Full Face with No Brushes Makeup Challenge themed video compared. The theory used is lexical item from Biber, et al. (2007) and further interpretation is based on the theory of gender from Lakoff (1975). This study revealed that male Beauty Influencers produce more words rather than the females, but female Beauty Influencers tend to have more lexical choices than male. It means that female possesses more variety of vocabulary and that both gender tend to use female words. Furthermore, female Beauty Influencers tend to convey information, and use lot of expression in their conversation. While, male Beauty Influencers tend to convey actions in their conversation.

Keywords: *Beauty Influencer, gender, lexical choice, lexical words, semantic categories, Youtube*